

「地方豪族企業」の収集と分類 ～縮小時代の公共の担い手となるか～ Collection and Categorization of “Local Conglomerates” -Would They Become New Leaders in Shrinking Era?-

○庄司 昌彦¹, 永井 公成²
Masahiko SHOJI and Kiminari NAGAI

¹ 国際大学 International University of Japan

² 慶應義塾大学 Keio University

Abstract This paper defines, collects, and classifies the "local conglomerate" companies that are in close contact with the local community. They are close to people's lives and willing to invest, so it is expected that they would become new leaders of the computerization of the community in the shrinking age.

キーワード 地方豪族企業、ヤンキーの虎、多角経営、地域貢献、地域情報化

1. はじめに

人口の減少と高齢化が進み、国と地方自治体の財政が今後さらに厳しくなることが予想されている。そういった時代にあっては、今後地域がどのようにそれぞれの地域を運営していくのかということは大きな課題となる。ビッグデータ、オープンデータの活用やIoTの推進といった地域情報化の新しいテーマについても、特に資金面で、誰がどのように支えていくことができるのかという点は不透明である。国や地方自治体からの補助金等に頼りきりにならず、産官学民の力を結集し各地域内で独自に費用を捻出していくことが必要不可欠となっている。

こうした資金面の課題への対応としては、

- 1) モノやサービスを共有して稼働率を高め、無駄を減らす「シェアリングエコノミー」¹
- 2) 地域からの資金的な外部流出を抑え、半自律的に地域経済を回そうとする「里山資本主義」²
- 3) 限られた資金の使い道を当事者の決定に委ねる「地域内分権・財源移譲」
- 4) 経営者視点で利益を生み出し、地域全体の価値を高める「稼ぐまち」の議論³
- 5) ソーシャルネットワーク等を通じて共感を広げ、小口の寄付や投資を募る「クラウドファンディング」や「ふるさと納税」

など様々な方向性が試みられている。これらに加えて、地域で生まれ、地域に密着して地域経済を実際に

動かしている

6) 「地方豪族企業」

の存在を忘れてはならない。地方豪族企業は、そのほとんどは全国区では知られた存在ではないものの、地域の人々の日々の消費生活や就労を支えている企業である。歴史的にも、一私企業であるにも関わらず、地域の発展を支える半公共的な投資を担ってきた存在である。

例えば、幕末～昭和の頃、秋田県大仙市で栄えた池田家は私財を投じて地域の社会資本整備や社会福祉（無料診療所、学校建設、県内初となる学校給食等）、教育に尽力した。また、江戸時代に島根県雲南市で全盛を極めた、たたら製鉄で有力鉄師だった田部家は、事業内容を木炭・山林・木材事業から、時代の変化とともに外食・食品事業や山林資源の管理・運営、住宅関連事業などと多様に変遷させ、地域に密着して経済活動を行っている。同家の地方貢献という点では、のちに公立となる病院や小学校の設立を担った。福岡県飯塚市では麻生家が、石炭採掘事業にはじまり、電力・セメント・コンクリートなど時代に応じてその地域で必要とされる産業を担いつつ、道路・鉄道・港など交通関連の整備、商工会議所や研究教育機関、銀行、病院などの設立や神社仏閣への寄進を行い地域社会へ貢献した。

2. 地域は自分たちで作る

日本の歴史を振り返ってみると、地域コミュニティでの話し合いにより、住民自身の手で教育や文化など生活に必要なインフラが整備されてきた経緯が看取できる。例えば、鎌倉～室町時代における村や惣といったコミュニティにおいては、寄合での話し合いを基に惣掟（インフラ管理などのルール）が生まれ、そこに属する人がそれぞれに遵守することで農業生産性が向上していった。また、その一方でコミュニティを中心

¹ 庄司昌彦「『所有しない社会』の目指すもの」『Re : Building maintenance & management』38(1) 8-13、2016年7月。

² 藻谷浩介・NHK 広島取材班『里山資本主義：日本経済は「安心の原理」で動く』角川書店、2013年。

³ 木下斉『稼ぐまちが地方を変える：誰も言わなかった10の鉄則』NHK 出版新書、2015年。

として年中行事や田楽、茶の湯、連歌などの芸能が発達した。18世紀後半になると全国の1,500の村で常設舞台による歌舞伎が行われていた。村の数は増加していき、江戸時代末期となる19世紀半ばには、村は全国に64,000ヶ所に至った。17世紀から19世紀にかけては、寺子屋や私塾が生まれ、学習コミュニティが発達していった。教育、娯楽、生活と社会運営に必要な知識インフラとなる。さらに、地域の豪農を中心として、村の文明開化を目指して教師を外部から招聘する動きが出てくるようになった。地域で集中討議や共同学習を重ねることによって、「民権」への芽生えへとつながっていく。そして1880年代になると、十〜数百人の結社や学習集団は全国に2,000以上となった。こうした流れを見ても、国や地方行政に頼ることなく、地域に住む住民自らが自分たちの手によって地域を作ってきたことが伺える。

本論では、このように地域を支える「地方豪族企業」に着目し、彼らの地域貢献に注目することで、彼らがどのように経済活動を行い、地域の経済活動や社会運営に関わっているのかを明らかにしていく。地域経済の実態を担い手側から明らかにすることで、今後の地域情報化やオープンガバメント、官民データ活用等の政策に役立つ可能性がある。

3. 定義と先行研究

地方経済の今後の担い手を地元密着型の企業から考えるという議論は、過去にも「ヤンキーの虎」(藤野・2014)や「新・地方豪族ニッポンの虎」(日経ビジネス・2015)という言葉で試みられている。「ヤンキーの虎」とは、地方で生活しているいわゆるマイルドヤンキーたちをまとめ、雇い、地縁・血縁をフルに活かして、リスクも取って事業を行う企業を示す。藤野が指摘するヤンキーの虎が誕生した時代背景は、公共投資が大幅に削減され、地方経済が急速に縮小したことに始まる。多くの土木建築業が潰れ、商店街がシャッター街へと変化していったが、一部の会社・企業は多角化しながら生き残っていった。これら会社・企業は縮小する市場の中、高齢の経営者が営む会社や、社会状況に対応できなかった地元の会社などを淘汰し、事業の拡大を行った。また、これら会社・企業は地方政治とも密着しており、補助金の獲得や、地方銀行からの融資も活用し、事業拡大に意欲的な特徴を持っている。なお、藤野によると、「ヤンキーの虎」には「地場の虎」、「在日の虎」、「狭義のヤンキーの虎」の3つの分類がある⁴。

⁴ 「地場の虎」は、そもそもそこに昔からあった古い会社が「虎化」したものを指す。2代目や3代目になり、父と子で商圈を広げていった企業で、土木建築業や中古車販売、ガソリンスタンドなどがこの分類に含まれる。「在日の虎」は、広い意味では「地場の虎」の派生で「在日」の人たちが「虎化」したものを指し、パチンコ店や焼肉店、風俗店などが含まれる。「狭義のヤンキーの虎」は「ヤンキー」が更正して、携帯電話会社などで働き、頭角を現して複数の代理店をもつなどして、それが多業種展開して「虎

また、「新・地方豪族ニッポンの虎」(以下、新・地方豪族)は、バラバラな事業を幅広く手がけ、地方で勢力を増す新興企業のことを示す。「ヤンキーの虎」も「新・地方豪族」も成立のための時代背景は同様である。日経ビジネスによると、「新・地方豪族」と「地方豪族」の違いは、「地方豪族」と呼ばれる企業は、かつての大企業の工場や支店とともに江戸・明治から受け継いだ圧倒的資産と地盤があったからこそ成立した一方で、新・地方豪族はバブル崩壊後に発生し、成熟した企業にはない積極性を持っているとされる。「新・地方豪族」は衰退した観光インフラや地元中小企業を次々と買収し、地元が求める業態を積極的に手がけ、生き残るためには東京の大企業相手にも一歩も引かない経営姿勢を持つのが特徴である。

筆者は、上記の先行研究の定義を踏まえたうえで、新たに「特定地域に立脚し、消費者の生活に密着した事業を行い多角化する一方、状況によって素早く事業内容を転換することもある企業」として、「地方豪族企業」という定義を定めた。この定義に加え、地方で設立され、地方で事業を行っている企業であり、複数の分野にまたがって事業を行っている企業という選定基準を決めた。これらの定義や選定基準に基づき、すでに「新・地方豪族」や「ヤンキーの虎」として挙げられている企業に加え、フランチャイズ店舗を経営する企業からなる業界団体の会員となっている企業、現代ビジネスが2012年に発表した「全国長者番付」にランクインした企業などから該当する企業を抽出した。そのリストは地域SNS研究会のウェブサイトにて公開、随時更新している⁵。

4. 分類

地方豪族企業を分析するにあたり、簡単な分類を行った。前述の企業39社について、「多角化の度合い」と「全国進出の度合い」を軸に分類し、図を作成した(図1)。

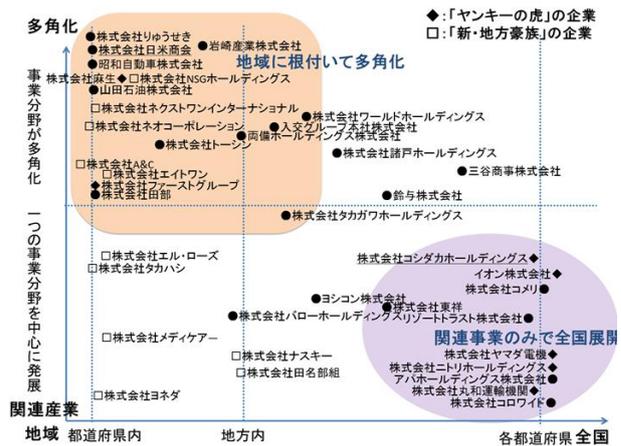


図1 地方豪族企業の分類

化」したものを指す。

⁵ 地方豪族リスト

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1pr8fa-JR7eNsHGLZRcmS8rT0ooCv7p1KH2w0fNkFmEc/pubhtml>

縦軸の「多角化の度合い」は、その企業が行う事業内容の多様さについて、「一つの事業分野を中心に発展した企業」と「事業分野が多角化した企業」に分類される。上方向に行くほどより事業分野が多角化し、下方向に行くほど一つの事業分野を中心にその関連の事業を手掛けていることを示す。また横軸の「全国進出の度合い」は、その企業の支店や営業拠点がどの程度日本各地に広まっているかについて、「その都道府県内に留まる企業」、「その地方内で活動する企業」、「各都道府県に進出する企業」に分類される。右方向に行くほど拠点や支店が全国に進出し、左方向に行くほど同じ地方や同都道府県内のみで事業を行っていることを示す。

分類の結果、企業は大きく分けて「地元根付き、多様な事業を行う企業」（グラフ内左上のエリア）と「多角化は限定的で、基幹の事業分野もしくは関連事業分野のみで全国展開している企業」（グラフ内右下のエリア）に二分される傾向にあった。仮に前者を「分野拡大型地方豪族」、後者を「地域拡大型地方豪族」と呼ぶことにしたい。

地元根付き、多様な事業を行う「分野拡大型地方豪族」については、一般消費者の生活に必要な事業を幅広く行う企業が多い傾向にある。「日米商会」や「山田石油」が例として挙げられ、携帯電話販売事業やガソリンスタンド事業、太陽光発電事業など幅広い事業を地域に密着して行っている。

一方で、その対極にあるのが、多角化は限定的で、基幹の事業分野もしくは関連事業分野のみで全国展開している「地域拡大型地方豪族」である。カラオケ店を展開する「コシダカホールディングス」やホームセンターを展開する「コメリ」が例として挙げられ、店舗や事業拠点を全国に展開している。「イオン」、「ヤマダ電機」、「ニトリ」は東洋経済の記事では「出身を見れば、もとは『ヤンキーの虎』といってもいい存在」とされている⁶。これらは地方発の企業でも、地元根づくことなく全国に進出していった企業たちといえるだろう。

なお、グラフの左下では、カラオケ店を展開する「タカハシ」や、建築会社「ヨネダ」があり、これらは本社の存在する都道府県及びその周辺で一つの事業分野を中心に関連する分野でビジネスを展開している。

これらの分類結果を見るに、地方発の企業が必ずしも「イオン」や「ヤマダ電機」、「ニトリ」のように一つの事業分野を中心に全国区を目指していくというわけではなく、地域に密着しながら幅広く事業分野を広げていく企業もあるということがうかがえる。

5. 「分野拡大型地方豪族」の事例

4で挙げたグラフ内左上のエリアに分類される「地元根付き、多様な事業を行う企業」を「分野拡大型地方豪族」と呼称する。この章では、この「分野拡大

⁶ 『なぜ「ヤンキーの虎」は地方を支配できるのか』東洋経済オンライン <http://toyokeizai.net/articles/-/115947>

型地方豪族」の具体的な事例を3つ紹介する。

5.1 株式会社日米商会（宮崎市）

「分野拡大型地方豪族」の代表例として、株式会社日米商会（宮崎市）を挙げる。日米商会は1925年に宮崎県で石油販売所として創業した企業である。販路を広げていくなかで、事業内容を石油・ガス・商事に拡大させていく。グループ企業は1社を除く5社が宮崎県内に存在する。同社のウェブサイト⁷には、「地域社会の皆様とともに発展する」とのスローガンが掲げられており、彼らが地域の人々を重視していることがうかがえる。企業として明確に地域貢献を銘打っている活動は見受けられないが、企業設立当初の事業にほど近い車関係の事業にとどまらず、携帯電話事業、住宅用の太陽光発電事業や蓄電池事業など一般消費者の生活の需要に応える事業を幅広く展開することで、地域社会を支えていると見ることもできる。

また、株式会社日米商会は設立当初合名会社であり、代表社員の一人に岩切章太郎がいる。富田勝彦⁸によると、岩切は日米商会以外にも日州銀行や日向水力電気、宮崎鉄道などの創設に貢献し、地方の交通や産業の発展に大きく寄与した。宮崎県の昭和の観光事業の歴史を紐解くと岩切による貢献が大きく、多くの県民、市民は岩切のことを「観光宮崎の父」と呼び、宮崎市はその偉業を永く継承しようと「岩切章太郎賞」を制定し、20年に渡って顕彰事業を行った。

5.2 岩崎産業株式会社（鹿児島市）

岩崎産業は1940年に鹿児島県で木材業を行う企業として創業された。いわさきグループのウェブサイト⁹によれば、関東大震災後に大量の枕木を鉄道省に収め、鉱山事業も行った。鹿児島県の専門学校（鹿児島工業専門学校と医学専門学校、現在の鹿児島大学工学部と医学部）の設立に寄与した。その後、交通・観光業にも進出した。オーストラリア事業として、海外にも進出しているが、国内の事業と比べるとその内容はあまり多くなく、主たる事業としては国内の各事業といえる。

5.3 株式会社りゅうせき（沖縄県）

りゅうせきは1950年に沖縄県で石油供給会社である琉球石油株式会社として設立された。りゅうせきのウェブサイト¹⁰によれば、石油業に次いでガスや流通業、建設業などに事業を拡大し、現在はそれらに加えてソフトウェアの受託開発やシステムの運用・保守、

⁷ 日米商会 <http://nichibei-shokai.com/>

⁸ 富田勝彦「岩切章太郎の実践観光哲学 一日本の観光事業の先覚者―」（『ホスピタリティ・マネジメント』7(1), 25-36, 2016)

⁹ いわさきグループについて | いわさきグループの採用情報サイト <http://saiyou.iwasaki-group.jp/aboutus/#profile>

¹⁰ 会社沿革：会社案内 | 株式会社りゅうせき

<http://www.ryuseki.co.jp/profile/history.shtml>

不動産の賃貸・売買・管理・仲介、人材サービス、ホテル・飲食業の運営にも進出している。石油業に関しては船舶給油サービスや産業用燃料に加え、家庭用灯油配達、産業用・家庭用 LP ガスなどの他、多数のガスリンスタンドを沖縄県内に直営店で 43 店舗、系列店でも多数展開している。傘下のりゅうせき商事株式会社は au 携帯電話販売や保険代理店、オフィス機器の法人向け販売なども扱っている。

6. 「地域拡大型地方豪族」の事例

4 で挙げたグラフ内右下のエリアに分類される「多角化は限定的で、基幹の事業分野もしくは関連事業分野のみで全国展開している企業」を「地域拡大型地方豪族」と呼称する。この章では、この「地域拡大型地方豪族」の具体的な事例を 3 つ紹介する。

(1) 株式会社コシダカホールディングス（前橋市）

「地域拡大型地方豪族」の代表例として、まず株式会社コシダカホールディングス（前橋市）を挙げる。屋台の中華そば屋に始まり、1967 年に法人化したこの企業は、現在では『カラオケまねきねこ』の屋号でカラオケ事業を主軸に据える東証一部上場企業であり、女性専用フィットネス施設の『カーブス』や温浴施設『まねきの湯』の事業を全国で行っている。中核のカラオケ事業においては、居抜き物件を次々と抑えて店舗展開を行い、現在、全国 400 店舗以上にまで成長しており、さらにフィットネス施設も全国 1500 店舗以上で展開している。近年はシンガポールや韓国にも子会社を設立している。すでに全国区の企業であるが、地域性を持ちながら急成長した代表的事例として先行研究でも紹介されている。コシダカは、群馬県発の企業として、次代を担う起業家や起業家精神を持った人材を発掘し、県内国内のイノベーション機運を高めることを目的としたプロジェクトである「群馬イノベーションアワード」¹¹の実行委員会に名を連ねており、地域の人材育成にも取り組んでいる。また、カラオケ店としては初めて、イスラム教の戒律に従った「ハラール認証」に対応した。豚やアルコール由来の成分を使わない料理を提供し、礼拝スペースも設け、イスラム圏からの留学生を対象にした学割の実施も検討している¹²。

6.2 株式会社丸和運輸機関（埼玉県吉川市）

丸和運輸機関は 1973 年に一般区域貨物自動車運送事業のために設立された。創業者はもともと青果店を営んでいたが、廃業に伴って唯一残ったトラック一台で運輸業を始めたのが丸和運輸機関のはじまりと言わ

れる¹³。丸和運輸機関のウェブサイト¹⁴によると、物流拠点や物流の対象を年々増やしなが、現在はサードパーティ・ロジスティクス事業、ロジスティクスコンサルティング事業、運輸事業、倉庫事業を展開する。現在は北海道から九州まで全国 104 箇所に事業拠点を設けており、東証一部上場企業となっている。最近では中国でも低音食品物流事業に参入するべく合弁会社を設立した¹⁵。また、本社のある埼玉県において、浦和レッズダイヤモンドズのオフィシャルパートナーになったり、吉川市で毎年行われている「吉川市なまずの里マラソン」や松伏町田園ホールエローラでの「ニューイヤークンサート」で協賛企業になったりと、地域のイベントで数多く協賛企業となることで地元地域の活動を支えている。

6.3 株式会社コメリ（新潟市）

コメリは 1962 年に米を販売する株式会社米利商店として設立された。その後、LP ガスや石油の販売を手がけるようになり、ホームセンター事業に参入した。現在は DIY 用品や植物・園芸用品、ペット用品を扱うホームセンター事業を主軸に 46 都道府県に出店しており、東証一部上場企業となっている。2005 年には、NPO 法人コメリ災害対策センターを設立し、ホームセンターに商品を供給する物流ネットワークを活かして、災害発生時に災害復旧用品が届けられるような仕組みを作り、協力企業や地方自治体と協定を結んでいる。協定を締結した自治体は北海道から九州まで多岐にわたる。また、一般の人々の防災意識を高めるために防災フェスタの開催や災害時に必要な物資のリストをウェブで公開することも行っている。

7. 「計算センター系地方豪族企業」と情報化関連事例

地域の情報化を担う地方豪族の事例として、両備システムズ、インテック、TKC を採り上げる。これらの企業はいずれも 1960 年代に各地方において「計算センター」として創業され、コンピュータの所有が今ほど一般的でなかった頃の地方での情報化を担いつつ、その技術力を高めながら全国に進出していった。そうした企業のことを「計算センター系地方豪族企業」と呼称することにしたい。

7.1 株式会社両備システムズ（岡山市）

まずは代表例として、株式会社両備システムズを採り上げる。両備システムズは 1965 年に「岡山電子計

¹¹ 群馬イノベーションアワード <http://www.gi-award.com/>

¹² 「カラオケ店もハラール対応 コシダカ認証取得、礼拝スペース設置」日本経済新聞 http://www.nikkei.com/article/DGXLASFB18HB1_Z11C14A2EAF000/

¹³ 丸和運輸機関 和佐見勝社長 問屋物流から小売物流へ | 物流ウィークリー・物流と運送、ロジスティクスの総合専門紙 <http://www.weekly-net.co.jp/logistics/post-11547.php>

¹⁴ 丸和運輸機関 <http://www.momotaro.co.jp>

¹⁵ 「丸和運輸機関／中国の低温食品物流事業参入に向け合弁会社を設立 | 物流ニュース、ロジスティクス情報」 <http://www.e-logit.com/loginews/2017:011712.php>

算センター」として設立された、両備グループの一社である。両備システムズの公式ウェブサイトによると、市民税計算をはじめとして自治体からの受託計算業務を行いつつ、生産管理システム受託開発サービス、診療報酬管理システムの開発や図書館管理オンラインシステムなど事業を拡大していった。事業拠点も大阪、東京と進出していき現在は岡山本社と東京本社の他、大阪、仙台、名古屋、九州に支店を持つ。関連会社にはハードウェア販売や人材派遣、情報セキュリティサービスなどを行う会社もある。多角化の度合いとしてはやや狭めではあるが、地方発の企業がその地域の情報化を支え、また全国に進出していった例と言えよう。地域貢献の面では、古くから自治体からの受託を受けて計算業務を行うことで、地域の情報化を支えた他、両備グループ全体の活動として文化に関する事業がある。公益財団法人両備文化振興財団は岡山市内に夢二郷土美術館を運営し、文化振興を行う。また、公益財団法人 両備檉園記念財団では、岡山県下における生物学研究を中心に郷土の文化・芸術・教育研究、文化財の保護保存、スポーツ振興、学術研究集会助成など多方面にわたっての学術研究に対する助成を行っている。両備システムズを含む両備グループは岡山発の交通・物流・観光などの事業分野における地方豪族であるが、文化や学術の分野においても、地域に貢献しているといえる。

7.2 株式会社インテック（富山市）

インテックは 1964 年に「株式会社富山計算センター」として設立された。インテックの公式ウェブサイト¹⁶⁾によると、富山県で創業されたこの企業の設立当時の事業内容はパンチカードを用いて企業の計算業務を行うというものであった。事業拡大に伴って新潟、東京、名古屋など徐々に事業所を開設し 1970 年に「株式会社インテック」と社名を変更する。1970 年代には銀行オンラインシステムを韓国に輸出、医療情報システムの販売や地方自治体向けの住民情報オンラインシステムを構築し、現在は国内 23 箇所に事業所を設立、海外にも中国、ベトナム、アメリカに事業所を設立した。こちらも、多角化の度合いとしてはやや狭めではあるが、地方発の企業が地方の情報化を支え、また全国に進出していった例と言えよう。地域貢献という側面においては、インテックは富山県で開催された「富山マラソン 2016」のパートナー（協賛社）として、大会運営を支援したほか、プロサッカーチーム「カタレ富山」やプロ野球独立リーグ・ベースボール・チャレンジ・リーグ「富山 GRN サンダーバズ」のスポンサーとして地域のスポーツチームを支援している。また、内閣府が全国 11 の都市・地域を「環境未来都市」として選定し、環境や高齢化に対応した技術開発やまちづくりを選定しているが、インテックはこのプロジェクトに当初から参加し、「健康増進支援 ICT」及び「社会参加 ICT」において実証実験を行っている。

¹⁶⁾ インテック <http://www.intec.co.jp/>

7.3 株式会社 TKC（宇都宮市）

TKC の公式ウェブサイト¹⁷⁾によると、TKC は公認会計士、税理士である創業者が 1966 年に「株式会社栃木県計算センター」として設立した。建設原価計算システムや TKC 財務三票システムなど様々なシステムを構築し、創業当初から栃木県黒磯町（現：那須塩原市）市などの地方自治体から計算業務を受託していた。全国進出という観点としては大阪、岡山、名古屋などに計算センターを開設し、現在では北海道から沖縄まで全国各地に事業所を展開している。また、地方公共団体向けに住基・税・福祉などの分野における基幹系サービス、財務・給与などに関する庁内情報系サービス、住民向けサービスなども行い、地方行政の情報化を支えている。そのほか、税理士・公認会計士であった創業者は公益財団法人の形で「租税資料館」を設立した。この資料館では、租税に関する膨大な資料、文献を収集し、租税法研究等に関する人材の育成に努めている。また、TKC は栃木県の地域に根ざしたスポーツ文化の振興を支援するため、H.C.栃木日光アイスバックスと栃木サッカークラブのスポンサーやパートナーとなっている。

7.4 地方豪族企業が地域情報化を担う

情報系ではない企業が情報分野に参入する事例もある。2016 年 10 月、地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために、官民ビッグデータを集約し、可視化するウェブアプリケーションである、政府の「地域経済分析システム（RESAS：リーサス）」¹⁸⁾を活用した「地域データ利活用促進業務」として人材育成等を行っていくことを、鹿児島市の総合商社である南国殖産株式会社が発表した¹⁹⁾。この事業はモビリティ、IoT ビッグデータ、クラウド、セキュリティなどのテクノロジーを活用したサービス及び IT 人材育成の研修を行う株式会社チェンジと組んで行う。この事業では、鹿児島県の自治体・高等教育機関・NPO 等において、RESAS を活用できる人材を創出することを目的としている。加えて、RESAS を用いて、鹿児島県における政策課題を分析し、政策形成を支援する。本業務によって、鹿児島県における RESAS の普及、エビデンスに基づく政策形成の促進が期待される。南国殖産株式会社のように、地域経済をよく知る地方豪族企業が、地域のデータ活用の中核を担うのは自然な流れであるといえよう。

今後は、IoT などの技術を通じて、身の回りのあらゆる分野に情報通信機器が入りこんでいく。今回の契約のように常に生活に密着した分野でビジネスを立ち

¹⁷⁾ TKC グループ <http://www.tkc.jp/company/history>

¹⁸⁾ 地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために、まち・ひと・しごと創生本部事務局が提供する、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約し、可視化するシステム。 <https://resas.go.jp/>

¹⁹⁾ NEWS | 株式会社チェンジ <http://www.change-jp.com/news/detail/?seq=21>

上げてきた地方豪族企業が、自ら IT サービスを手がけるか、IT サービスを手がける企業のパートナーとなることによって、今後の地域情報化の担い手の中核的な存在となっていく可能性があるのではないか。

8. 考察

地域の経済社会に密着し、多角的にビジネスを行う地方豪族企業は、国や地方自治体という従来の枠組みを超えて地域の将来を考えていくうえで重要な存在である。

「分野拡大型地方豪族」は地元の交通インフラ、観光業に取り組み地方活性化につなげるほか、地域住民の生活における需要を満たす事業を行う。また、それらの事業を行うことでその地方の雇用を確保する。

「地域拡大型地方豪族」は、ビジネスモデルを確立したあとそのビジネスモデルを活かして全国及び海外に進出している。

事業以外の地域貢献という観点では、その企業の特徴を活かすことで資料館の設立や物流ルートの活用他、設立地のスポーツイベントやチーム、音楽イベントのスポンサーなどで地域社会の文化活動を金銭的に支援している。今後もそれぞれの分類に国内外の事例研究を進め、さらなる政策提言等につなげていきたい。

「地元で根付き、多様な事業を行う企業」については、設立されてからの年数が古い企業も多く、有力な一族による経営も多いことから飯盛義徳、曾根秀一など、経営学におけるファミリービジネス研究を参照していく必要がある。

また、交通や学校など地域の社会インフラ整備に対する地元企業の貢献については、日本各地における明治以降の産業史研究などの成果を参照していく必要があるだろう。

9. 今後の研究課題

これからの研究課題としては、

- ・分類をより定量的に行い、特徴を定量的に把握すること
- ・地元への投資や貢献を定量的に計測する方法を作り出すこと
- ・具体的な事例を掘り下げ、地方豪族企業と地域社会の関わり方、動機などへの理解を深めること

の3つが挙げられる。

まず、「分類をより定量的に行い、特徴を定量的に把握すること」については、現在は企業リストの分類を事業拠点の数や広がり、事業内容によって大まかに分類しているが、より客観性を高め、図にした際に適切な位置関係を表すためには分類をより定量的に行うことが必須であろうと思われる。次に、「地元への投資や貢献を定量的に計測する方法を作り出すこと」についても同様で、多岐にわたる投資や貢献についても定量的に計測する方法を作り出すことで、より客観的に比較することができるだろう。最後に、「具体的な事例を掘り下げ、地方豪族企業と地域社会の関わり方、

動機などへの理解を深めること」については、現在リストの一つにすぎない各企業がどのように地域社会とつながっており、その地域にどのような影響があったかをより深く広く調べることで、他の地域にもそれを応用できる可能性がある。これらの研究課題について今後取り組んでいくことで、地方豪族企業による地域情報化の可能性を高めることにつなげていきたい。

参考文献

- 1) 日経ビジネス(2015): 「スペシャルリポート [虎たちの人事組織] 大事なのは結果のみ 組織の形なんてどうでもいい」『日経ビジネス』2015/08/10
- 2) 宇賀神幸司・西雄大・中尚子 (2015): 「変わる地域経済の担い手 新・地方豪族「ニッポンの虎」地元を守るのは俺たちだけ」『日経ビジネス』2015/8/10.
- 3) 木下斉(2015): 『稼ぐまちが地方を変える: 誰も言わなかった10の鉄則』NHK出版新書
- 4) 中尚子(2015): 「地方の観光を守るのはオレ! 「地方豪族」が今、熱い」『日経ビジネスオンライン』2015/8/10
- 5) 藤野英人(2016): 『ヤンキーの虎』東洋経済新報社.
- 6) 藤野英人(2014): 「地方に跋扈する「ヤンキーの虎」に注目せよ!」『Forbes Japan』2014 10月号
- 7) 藻谷浩介・NHK 広島取材班(2013): 『里山資本主義: 日本経済は「安心の原理」で動く』角川書店.
- 8) 庄司昌彦(2016): 「「所有しない社会」の目指すもの」『Re: Building maintenance & management』38(1) 8-13、2016年7月.
- 9) 富田勝彦(2016): 「岩切章太郎の実践観光哲学 ―日本の観光事業の先覚者―」(『ホスピタリティ・マネジメント』7(1), 25-36)
- 10) 現代ビジネス(2012): 『47 都道府県の「大金持ち」がひと目で分かる「全国長者番付」を実名公表する「2012年版「資産形成・生活・考え方」---13人がインタビューに答えた!』『現代ビジネス』(講談社) 2012/5/9 <http://gendai.ismedia.jp/articles/-/32453>
- 11) 物流ウィークリー (2015): 「丸和運輸機関 和佐見勝社長 問屋物流から小売物流へ」『物流ウィークリー』2015年10月2日. <http://www.weekly-net.co.jp/logistics/post-11547.php>
- 12) 丸和運輸機関(2016): 「中国での低温食品物流事業に参入するため、山東省煙台市における取り組みをスタートいたしました」2016年7月15日. <http://www.momotaro.co.jp/web/index.cgi?c=topics-2&pk=44&myPreview=1>